

**STRATEGI PEMASARAN BPRS GALA MITRA ABADI  
DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



**Di susun Oleh :**

**RIYAN TRI SASMITA**

**1 2 2 4 1 1 1 5 7**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2016**

**Prof.Dr.Hj.Siti Mujibatus, M.Ag.**

Jl. Tanjungsari Utara Rt 07/05, Ngaliyan, Semarang

**Dr.Ari Kristin Prasetyoningrum, SE.,M.Si.**

Jl. Perintis Kemerdekaan No.181, Padakpayung,Banyumanik, Semarang

#### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

a/n Sdri. Riyan Tri Sasmita

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalammu'alaikum wr. wb*

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Riyan Tri Sasmita

Nomor Induk : 122411157

Judul Skripsi : **"Strategi PT BPRS Gala Mitra Abadi Dalam Meningkatkan**

**Dana Pihak Ketiga (Tahun 2014-2016)"**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

*Wassalammu'alaikum wr. wb*

Semarang, 07 Desember 2016

Pembimbing I



Prof.Dr.Hj.Siti Mujibatus, M.Ag

NIP.19590413 198703 2001

Pembimbing II



Dr.Ari Kristin Prasetyoningrum, SE.,M.Si.

NIP. 1970512 200501 2004



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. Dr. Husein Karir 2 (Kampus III) Telp/Fax 024-7614454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Riyan Tri Sasmita  
Nim : 122411157  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT  
SYARIAH (BPRS) GALA MITRA ABADI GROBOGAN DALAM  
MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA  
(Tahun 2014-2016).

Telah dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas  
Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :

15 Desember 2016

dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program  
Sarjana Strata 1 (S1) guna memperoleh gelar sarjan dalam Ilmu Ekonomi Islam.


Semarang, 16 Desember 2016

Mengetahui

Ketua Sidang/ Penguji

Sekretaris/ Sidang/ Penguji

  
M. NADZIR, M.Si.  
NIP. 1973092320003121001

  
Dr. ARI KRISTIN P., S.E., M.Si.  
NIP. 197905122005012004

Penguji/Utama I

Penguji Utama II

  
RAHMAN EL-JUNUSI, SE., MM.  
NIP. 196911182000031001

  
H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.  
NIP. 196701191998031002

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Hl. Siti Mujiyatus, M.Ag.  
NIP. 195904131987032001

  
Dr. ARI KRISTIN P., S.E., M.Si.  
NIP. 197905122005012004

## MOTTO

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى ﴿٥١﴾ فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ ﴿٥٢﴾

24. atau Apakah manusia akan mendapat segala yang dicita-citakannya?

25. (Tidak), Maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia. (QS. An-Najm 53 :24-25)

## **PERSEMBAHAN**

1. Allah SWT, untuk segala Rahmat dan Hidayah-Nya dalam memberikan penulis kemudahan dalam menjalani hidup dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua Bpk. Supirman dan Ibu Royani untuk segala doa, dukungan dan restunya, kasih sayang dan cinta yang tulus yang tidak akan pernah berhenti.
3. Kakak-kakak tersayang Widi Nugroho, S.Si dan Yudi Utomo, SE. Yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
4. Widi Purnomo sebagai penyemangat, motivator dan calon pendamping hidup yang tak henti-hentinya memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Para sahabat-sahabat tersayang Uswatun Hasanah, S.Sos, Muizatusalamah, Nurul Fatiki Amalya, Siti Utami, Inas Da'iyah Azzahra, Iik Rahmi Zakiah, Hesti Fitri Umami serta

teman seperjuangan EIE 2012 yang telah memberikan motivasi dan memacu semangat untuk tidak berputus asa.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan referensi sebagai bahan rujukan.



## ABSTRAK

BPRS Gala Mitra Abadi sebelumnya adalah BMT Ben Salamah Abadi Purwodadi yang mengalami kebangkrutan yang didalamnya terdapat berbagai masalah seperti banyaknya pembiayaan yang macet dan sulitnya mencairkan dana nasabah simpanan dan investasi. Lalu ada tahun 2013 pihak Giri Muria Grup (GMG) Kudus mengakuisis Ben Salamah Abadi pada Februari 2015 secara resmi berganti nama menjadi BPRS Gala Mitra Abadi dan menempati gedung baru, agar stigma buruk pada Ben Salamah Abadi hilang diharapkan agar masyarakat menaruh kepercayaan kembali pada BPRS Gala Mitra Abadi. Dari sinilah penulis ingin mengetahui bagaimana strategi BPRS Gala Mitra dalam meningkatkan DPK dan kendala dalam mencapai strategi tersebut.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, dengan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan sekunder yang didapat dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Pemasaran *syari'ah* adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari inisiator kepada *stakeholdernya* yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. BPRS Gala Mitra Abadi menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga (DPK). Namun, sebelum melangkah pada strategi-strategi tersebut BPRS Gala Mitra Abadi melakukan *Segmenting, targeting, positioning* (STP). *Segmenting* BPRS Gala Mitra Abadi adalah para pedagang klontong, pedagang di pasar, wiraswasta dan juga keluarga. *Segmenting* tersebut didasarkan pada jenis produk yang dikeluarkan BPRS Gala Mitra Abadi dan mengacu kepada putusan pimpinan Bprs



Gala Mitra Abadi. Target konsumen yang dibidik oleh BPRS Gala Mitra Abadi ini adalah nasabah yang ingin menerapkan prinsip syariah dalam keuangan mereka tanpa ada unsur ribawi. Pada *positioning*, nasabah yang ingin menerapkan prinsip syariah memposisikan citra perusahaannya menjadi lembaga keuangan yang berbasis syariah sehingga penerapan riba yang masih kental dengan bank konvensional tidak lagi diterapkan di BPRS Gala Mitra Abadi Grobogan. BPRS Gala Mitra Abadi ditinjau dari perspektif ekonomi yang dikaji kesesuaiannya dengan *marketing* syariah, BPRS Gala Mitra Abadi termasuk dalam penerapan *marketing* syariah yang sesuai dengan empat karakteristik *marketing* syariah yaitu, Teitis atau ketuhanan (*Toko Rabbaniyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqiiyyah*), dan Humanitis (*Al-Insaniyyah*).

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Dana Pihak Ketiga.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya penulisan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PT BPRS GALA MITRA ABADI DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, arahan, dan saran-saran maupun dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing skripsi penulis, Ibu Prof.Dr.Hj Siti Mujibatun, M.Ag dan Ibu Dr.Ari Kristin Prasetyoningrum,SE.M.Si terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan waktunya. Tanpa sentuhan Ibu pembimbing, mungkin penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

2. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Prof. Dr. H. Muhibbin, MA.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang Saya banggakan, Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
4. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang H. Ahmad Furqon, LC.,MA terima kasih atas saran, nasehat dan motivasinya. .
5. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, khususnya dosen Jurusan Ekonomi Islam yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, ucapan terima kasih atas motivasi dan ilmunya. Dan tidak lupa kepada seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, terima kasih sudah membantu apa yang telah dibutuhkan oleh penulis.
6. Kepada BPRS Gala Mitra Abadi, terima kasih Saya haturkan kepada Direktur Utama Bapak Sugeng Supriyadi, SE dan kepada Direktur Bapak Ahmad Saeful Anas, Spd.I yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti BPRS Gala Mitra Abadi. Serta ucapan terima kasih kepada para karyawan BPRS Gala Mitra Abadi yang telah membantu kelancaran penulis dalam meneliti usaha tersebut.

7. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari betul adanya banyak kekurangan untuk dikatakan sempurna dari penulisan skripsi ini. Untuk itu, semua kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan pembaca.Amin.

Semarang, 07 Desember 2016

**Riyan Tri Sasmita**  
**NIM.122411157**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DEKLARASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABTRAKS .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Tinjauan Pustaka.....	15
F. Metodologi Penelitian.....	17
I. Sistematika Penelitian.....	22

### **BAB II STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

A. Pengertian .....	24
1. Strategi .....	24
2. Pemasaran .....	25
3. Strategi Pemasaran.....	27

B.	Konsep Pemasaran Dalam Islam .....	31
C.	Dana Pihak Ketiga .....	48

### **BAB III SEKILAS PROFIL BPRS Gala Mitra Abadi**

A.	Profil .....	56
1.	Sejarah .....	56
2.	Visi, Misi dan Budaya Kerja .....	57
3.	Struktur Organisasi .....	61
4.	Produk- Produk yang Digunakan BPRS Gala Mitra Abadi .....	67
B.	Posisi DPK di BPRS Gala Mitra Abadi.....	69
C.	Strategi Pemasaran BPRS Gala Mitra Abadi .....	71

### **BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BPRS GALA MITRA ABADI**

4.1	Analisis Strategi Pemasaran.....	75
4.2	Analisis Kendala-Kendala .....	92

### **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	97
5.2	Saran.....	100

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**